

DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, N., & Yuniati, T. (2019). *Pengaruh harga, promosi, kepercayaan, dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi shopee*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(6).
- Adler, A. (2009). *Understanding Life: An Introduction to the Psychology of Alfred Adler*. United Kindom: Oneworld Publications.
- Alma, B. (2020) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arianto, N. (2022). *MANAJEMAN PEMASARAN* (N. Tilova (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Darmawan, D., Arifin, S., & Purwanto, F. (2021). Studi Tentang Persepsi Nilai, Kepuasan Dan Retensi Pelanggan Kapal Penyeberangan Ujung - Kamal. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(1), 156–169.
- Fakaubun, U. F. K. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Sepatu Adidas Di Malang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Sport Station Dinoyo Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2), 221–234.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 26*, Edisi 10, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handinata, D, R., & Haryanti, S. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Status Pionir terhadap Minat Beli Jasa Reservasi Hotel Online. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*. P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178. <https://doi.org/10.31294/jp.v20i1>.
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Jawa Timur: Duta Media Publishing.
- Hayati, R., & Achmadi, N. S. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Kamar di Amaris Hotel Diponegoro Yogyakarta. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 1(2). <https://doi.org/10.30813/fame.v1i2.1421>.
- Hendrayani., (2021). *Manajemen Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Bandung:CV. Media Sains Indonesia.
- Herawan, M. N. G., Savitri, C., & Faddila, S. P. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Blackpink dan Brand Image Terhadap Minat Beli di Aplikasi Shopee pada Mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Buana Ilmu*, 7(1), 18–32.

- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. PT.Gramedia: Jakarta.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irmawartini, & Nurhaedah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Badan Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Kotler dan Keller, (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Kotler., dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Kusumastuti, A., Khorion, A.M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Budi Utama), 16.
- MAS'ARI, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, Vol. 1, No. 2, pp.71-83.
- Mukaromah, A. L., Kusuma, E.T., & Anggraeni, P. N. (2022). The Effect of Green Marketing, Brand Awareness and Price Perception on Purchase Decision. *International Journal of Applied Business & International Management*, 4, 73-83.
- Musfar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Yogyakarta: Deepublish.
- Nugroho, J.S., (2020). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pandiangan, Kasman., Masiyono., & Yugi Dwi Atmogo. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, dan Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*.2(4).
- Pangestu, Q. D., & Tranggono, D. (2022). Pengaruh Content Marketing Instagram Terhadap Brand Image Disney+Hotstar Di Masa Pandemi Covid-19. *JurnalSignal*,10(1),124. <https://doi.org/10.33603/signal.v10i01.7005>

- Perdana, R. K., & Wardhani, N. K. (2021). Keterkaitan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 56-63.
- Rafsanjani. M., & Savitri, C., & Faddila, S.P. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Uniqlo Di Instagram (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2019). *Jurnal of Economic, Business and Accounting*. e-ISSN: 2597-5234.
- Ramadhani, R., & Bina, N. S. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Prenada Media
- Rangkuti, Freddy. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, S. L. (2019). *Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Sarjita. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Pada Situs Olx. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 7(1), 69–82.
<http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/90/103>
- Savitri, C., & Fauji, R. (2021). Model Electronic Word Of Mouth Dan Rating Dalam Mempengaruhi Minat Beli Pada Marketplace Shopee Pada Masa Pandemi Covid-19. *Buana Ilmu*, 6(1), 1–12.
- Savitri, C., Faddila, S. P., Maemunah, M., & Khalida, L. R. (2023). Investigation of Green Marketing and Brand Image on Costumers' Teh Kotak Purchase Decision (Case on Management Students Buana Perjuangan Karawang University) Citra. *Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022)*, 849–855. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-008-4>
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185– 192. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.009>.
- Sawhani, D. K. (2021) *Digital Marketing Brand Images*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Sherly, et.al. (2022). *Manajemen Merek*. CV. Media Sains Indonesia.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suheri, A., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air The Influence of Advertising Attractiveness and Brand Image on Purchase Intention and Its Impact on Airline Purchasing. *Jurnal Marketing*, 05, 110–119.
- Supardin, L. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berlabel Halal. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 71-82.
- Terrasista, N. C., & Sidharta, H. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Proyek Bisnis Kaku. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*, 6(5), 419–428. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i5.2568>.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Yulianto., Achmad., & Nur. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: Polinema Press.